Check for updates

ISSN 1229-8565 (print) ISSN 2287-5190 (on-line)
한국지역사회생활과학회지 35(1): 169~189, 2024
Korean J Community Living Sci 35(1): 169~189, 2024
http://doi.org/10.7856/kjcls.2024.35.1.169

중고령 소비자의 펀드투자 채널선택과 투자만족도에 영향을 미치는 요인

유 소 이 · 이 현 진[†1] · 박 주 영[†2]

전북대학교 경영학과 교수 · 한국개발연구원 경제정보센터 전문연구원[1] · 충남대학교 소비자학과 교수[2]

Factors Influencing Fund Investment Channel Selection and Investment Satisfaction for Aged Consumers

So-Ye You · Hyun-Jin Lee[†1] · Joo-Yung Park[†2]

Professor, Dept. of Business Administration, Jeonbuk National University, Jeonju, Korea
Senior Research Associate, KDI EIEC, Sejong, Korea[1]
Professor, Dept. of Consumer Science, Chungnam National University, Daejeon, Korea[2]

ABSTRACT

Aged consumers may face difficulties in preparing for retirement or in post-retirement financial product selection due to a lack of investment knowledge and understanding of new technologies. Therefore, there is a need to focus on the financial capabilities and satisfaction of these consumers. In this study, we aimed to analyze the factors influencing the fund investment channel selection and satisfaction among aged consumers. This study used the original data of the 2022 Fund Investor Survey to analyze fund investment behavior. The results showed that among aged consumers, the influence of subjective literacy variables is relatively higher compared to the impact of objective literacy variables. In the case of the face-to-face channel groups, educational services provided by the financial institution for determining the timing of purchasing a fund and offering alert services to support regular monitoring post-purchasing are likely to be effective in enhancing investment satisfaction. On the other hand, for the mobile and website user group, it is anticipated that providing services such as offering the means for calculating returns or enabling the capability to independently decide selling timing will be effective in enhancing investment satisfaction.

Key words: aged consumers, fund investment, channel selection, investment satisfaction, mobile investors

This research was supported by Chungnam National University funding for education, research, and student guidance. This content represents the author's personal views and is not representative of the official views of KDI EIFC to which the author belongs.

Received: 12 January, 2024 Revised: 23 January, 2024 Accepted: 2 February, 2024

†Corresponding Author: 1. Hyun-Jin Lee Tel: 82-44-550-4676 E-mail: geals1@naver.com
2. Joo-Yung Park Tel: 82-42-821-6841 E-mail: jooyungpark@cnu.ac.kr

This is an Open-Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial License (http://creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0) which permits unrestricted non-commercial use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

Ⅰ. 서론

가계재무 관리는 라이프싸이클의 모든 단계에서 중요하지만 중고령자와 같이 나이가 들수록 좀 더 도전적인 일이 될 수 있다(Fong et al. 2021). 현재 우리나라는 이미 고령화사회에 진입하였고, 그 진행 속도는 급격히 빨라지고 있다(Joo 2011; Keel et al. 2018). 고령사회를 넘어 초고령사회 진입을 앞둔 우리나라에서 50대 이상 중고령 소비자는 구매력이나 인구 규모 면에서 상당한 비중을 차지하는 소비자 집단이다. 통계청의 경제활동인구조사에 따르면 우리나라의 55~75세 인구는 1,548만명으로 15세 이상 인구의 34.1%를 차지하였다. 65세 인구는 2022년 기준으로 17.5%에 달했고, 2025년이면 20.6%로 증가할 것으로 예상된다(Statistics Korea 2022).

중고령 소비자의 경우 라이프사이클 상에서 소득이 극대화되는 시기에 있으나 주로 근로소득 비중은 낮아지고, 공적이전소득과 사적이전소득의 비중과 부동산소득의 비중이 증가하는 등 저축이나 투자의 규모가 다른 세대보다 크기 때문에 금융기관의 주력 마케팅대상이 될 수 있다(Joo 2011). 즉, 경제적 측면에서 50-60대는 오랜 기간의 경제활동으로 축적된 자산이 가장 높은 시기이다. 통계청의 가계금융복지조사(Statistics Korea 2022)에 따르면 우리나라 가구의 평균 자산 보유액은 50대가 6억4,236만원으로 가장 높았고 60대는 5억4,372만원으로 40대(5억9,241만원) 다음을 차지하였다. 금융자산의 규모도 50대가 평균 1억674만원으로 연령대 중에서 가장 높았다. 동시에 50-60세대는 은퇴에 임박하거나 이미 은퇴를 경험한 시기로, 노후 대비가 절실한 시기이기도 하다. 2022년 통계청 조사결과에 따르면 퇴직연령은 남성 51.2세, 여성 47.6세로 나타났으며(평균 49.3세)(HankookIlbo 2023), 이 중 절반 정도는 정년 이전에 비자발적인 퇴직을 선택하는 것으로 나타나 기대보다 앞당겨진 퇴직은 가계경제 측면에서 대비가 필요함을 의미한다(Seoul Eonomy Daily 2022).

개인재무설계 측면에서 중고령 소비자는 위험을 감수하는 재테크보다 안정적 자산유지에 더 관심을 두는 시기이기도 하다. 즉 자산으로 수익을 창출하는데 집중하기보다 보유자산을 안전하게 관리하고 소득 감소에 대비하여 장기적 관점에서 꾸준히 수익이 생겨나게 하고, 필요한 소요자금을 시기와 규모에 맞게 안배하는 것이 더욱 중요한 시기이다. 특히, 중고령 소비자자는 퇴직 이전보다 퇴직 후에 관리하는 부와 자원이 증가하는 경향이 있기 때문에 은퇴 후의 재무관리는 중요하다(Fong et al. 2021). 그러나 친숙하지 않은 새로운 금융상품과 서비스의 복잡성은 은퇴자를 비롯한 중고령 소비자에게 어려움을 제공하며, 이러한 상황은 인생 후반부에 나타나는 인지적 능력 감소에 의해 가속화될 수 있다(Fong et al. 2021). 인지처리과정에 있어서 나이가 많은 소비자들은 자동적인 정보처리과정에 의존하는(Jennings & Jacoby 1993) 고착화된 습관에 근거하여 선택을 하는 경향이 있기 때문에 새로운 기술을 이해하고 습득하는 과정에서 연령 증가에 따른 인지적 능력의 감소는 의사결정에 있어서 장애가 되고 있다(Hou & Elliott 2021). 금융상품 선택에 있어서도 일반적으로 중고령 소비자는 금융지식과 이해력이 상대적으로 낮고, 펀드투자 시 금융기관 및 판매직원에게 정보 및 의사결정을 의존하는 경향이 있다(Joo 2011; Baek 2013; Kim 2013). 또한 중고령 소비자는 펀드투자 가입시점의 결정과 수익률 계산에서 큰 어려움을 겪고 있어 투자 시 어려움을 겪는 집단으로 구분되고 있다(Kim 2013; Keel et al. 2018).

이와 더불어 일상에서 의사결정을 함에 있어서

스마트폰 등의 모바일 기기 활용은 상당히 증가하고 있으며, 이로 인해 경험하는 정보탐색의 양도 현저하게 증가하고 있다(Singh & Jang 2022). 금융 거래 과정에 있어서 정보통신기술 활용에 따른 금융소비자의 비대면 거래가 일상화되고, 이용 가능한 채널이 다양해지고 있어 금융서비스도 모바일 채널을 중심으로 재편되고 있다(Han & Ko 2021). 이는 기기 사용의 편리성에 기인하며, 이러한 편리성으로 인한 모바일 기기의 활용은 금융서비스나 투자 및 쇼핑 등의 다양한 활동과 연계되고 있다(Yoon 2017; Singh & Jang 2022). 이와 더불어 소비자들은 연령이 증가할수록 더 나은 재무 상태와 더 많은 가용 시간을 가질 수 있기 때문에 새로운 방식인 모바일 구매에 좀 더 많은 시간을 할애할 수 있어 긍정적인 영향을 줄 수 있을 것으로 논의되고 있다(Hou & Elliott 2021). 그럼에도 불구하고 노화과정으로 인한 인지적 능력의 감소는 온라인과 모바일 쇼핑과 같은 혁신기술 수용과 채택에 있어서 부정적인 영향을 줄 수 있다(Dziechciaz & Filip 2014; Hou & Elliott 2021).

이러한 경향 하에서 주식 투자와 같이 위험성이 큰 상품들에 대한 소비자 의사결정 행동을 파악하기 위해서 금융이해력의 영향력을 설명하는 연구들이 많이 수행되어 왔다. 관련 연구들에서는 금융이해력을 파악할 수 있는 기본적인 지식에 있어서 소비자들 간에 상당한 차이가 있음을 발견하였다. 중고령층을 대상으로 펀드 투자 행태를 분석한 연구들(Joo 2011; Baek 2013; Kim 2013)에서도 중고령 소비자는 펀드투자에 관한 이해력이 낮아서 펀드투자 가입이나 환매 시 어려움이 크기 때문에 주로 금융기관(회사)과 판매직원으로부터 획득한 투자 정보에 따른 의사결정 행태를 보이는 것으로 나타났다(Keel et al. 2018). 즉 금융상품이 점점 복잡해지고 있는 상황에서 대응력이 높지 않은 중고령 소비자가 더 취약할 수 있음을 짐작할 수 있다. 관련 연구들은 주로 중고령 소비자를 청장년층 등의 타 연령대와 비교하여 보유 또는 선호하는 금융서비스와 만족도에 영향을 미치는 요인을 분석하고 있다. 이러한 연구들에서 중고령 소비자들은 투자에 있어서 수익률이나 비용 등과 관련된 정보나 지식에 대한 이해도가 낮아 투자나 환매시점을 결정함에 있어서 상당한 어려움을 경험하기 때문에 상대적으로 더 큰 관심을 가져야 할 필요성을 제기하고 있다. 그럼에도 불구하고 상대적으로 중고령 소비자를 대상으로 한 연구들은 상당히 부족하다(Fong et al. 2021).

이에 본 연구에서는 중고령 소비자를 대상으로 펀드 투자 시에 활용하는 대면과 비대면 채널 선택 및 선택 채널에 따른 투자만족도를 분석하고자 하였다. 첫째, 대면과 모바일을 포함하는 비대면 채널선택에 따른 중고령 소비자의 투자행동 특성 차이와 관련 요인을 분석하였다. 둘째, 펀드투자 시 사용한 채널에 따른 소비자 만족도를 이해하고 관련 요인들을 분석하였다. 이를 통해 본 연구는 펀드 투자 시 활용하는 채널에 따라 중고령 소비자의 금융역량과 만족도 제고에 유용한 정보를 제공하고자 하였다.

II. 이론적 배경

1. 중고령 소비자와 펀드투자 행동

중고령자는 법률적인 명칭은 아니지만 관련 법령에 따라 노인이나 고령자 또는 준고령자의 형태로 규정하고 있으나(Keel et al. 2018) 연령 기준은 사용 주체에 따라 상이하다. 노인복지 관련 법률에서는 65세 이상을 고령자로 지칭하며, 고령자 고용촉진에 관한 법률에서는 55세 이상을 고령자, 50-55세 미만을 준고령자로 정의하고 있다(Kwak

2021). 학술분야에서는 연구에 적합하도록 중고령자라는 용어로 사용되고 있다(Keel et al. 2018). 금융소비자와 관련된 연구들 중 Yoon(2010)은 만 45세 이상을, Yi & Seok(2011)은 55세 이상을 중고령자로 정의하였으나 다수의 연구들에서는 50세를 기준으로 하고 있다(Joo 2011; Baek 2013; Kim 2013; Keel et al. 2018).

중고령 소비자의 투자행동을 살펴보면, 금융 시장에서 수익성을 중시하는 경향이 가시화되고 있는데, 삼성증권 은퇴연구소에 따르면 2020년 은행과 보험사 연금계좌에서 증권사로 이동한 자산 규모가 1조 1,358억 원에 이른다(KU AgeLab 2021). 운용실적에 따라 예적금 이상의 수익을 기대할 수 있는 편드상품에 대한 중고령 소비자의 수요도 높은 편이다. KB Business Research Center(2020)에 따르면, 우리나라 가계의 펀드・증권 보유율은 40대가 가장 높고 연령대가 높아질수록 비중이 낮아지지만, 1인당 펀드 평균 보유 금액은 연령대가 높을수록 커지는 것으로 나타났다.

이러한 특성을 가진 중고령 소비자의 투자 관련 연구들은 주로 투자하고자 하는 금융상품이나 선호하는 금융서비스의 영향요인을 분석하였다(Keel et al. 2018). 50세 이상의 중고령 소비자를 대상으로 펀드 투자 행태를 분석한 연구들(Joo 2011; Baek 2013; Kim 2013)에서는 중고령 소비자는 펀드투자에 관한 이해력이 낮아서 펀드투자 가입이나 환매시 어려움이 크기 때문에 투자 자체로부터 불안감을 느끼고 있어 주로 금융기관(회사)과 판매직원으로부터 획득한 투자 정보에 따른 의사결정 행태를 보이는 것으로 나타났다. 또한 중고령 소비자를 포함한 국내 금융소비자의 펀드투자 후 만족도는 낮은 것으로 나타났으며, 펀드 이해력의 경우 가입한 펀드에 대한 주관적 이해력이 펀드 투자 만족에 유의한 요인으로 나타났다(Keel et al. 2018). 그러나 이들의 펀드투자만족도는 청장년층에 비해 상대적으로 낮은 것으로 나타나고 있다(Keel et al. 2018). 더 나아가서 디지털 정보기술 발달로 인한 비대면 거래의 급속한 증가는 소비자들의 편리성을 제고시키고 있으나 디지털 소외계층으로 구분되는 중고령 소비자의 경우 디지털 정보화 수준이 낮고(NIA 2020), 디지털 기기 사용에 있어서 어려움을 느끼고 있기 때문에 심리적 부담을 느끼게 된다(ChosunBiz 2020). 이러한 부담은 활용하는 거래채널에 있어서도 상이할 수 있는데, Seo & Choe(2019)의 연구에서는 나이가 많을수록 모바일을 사용하여 금융거래를 할 경우 금융소외를 경험할 가능성이 증가하는 것으로 나타났다.

이처럼 중고령 소비자가 펀드 투자 시 경험하고 있는 취약점들로 인해 학계와 금융시장에서 관심의 대상이 되고 있으나, 동일한 고령층 연령대라도 교육이나 소득 수준에 따라 정보접근성이나 활용성에 차이가 있기 때문에 동일한 연령대를 반드시 동질적인 계층으로 분류하기는 어렵다(Namgung et al. 2017). 따라서 중고령층 소비자 특성에 따른 펀드투자 행동의 차이를 이해하는 것이 중요하다. 이 같은 선행연구들은 중고령 소비자의 펀드투자 행동을 이해하고, 이들을 위한 제도적 보호와 서비스 제고, 펀드투자 역량 강화를 위한 교육의 필요성 등을 촉구하는 이론적 기틀이 되었다고 할 수 있다. 다만 디지털화, 비대면화라는 최근의 금융시장 환경 변화 아래서 중고령 소비자의 펀드투자행동을 이해하는 데에는 부족한 면이 있다. 이에 본 연구는 대면채널과 비대면채널을 구분하여 채널별 투자자 특성을 살펴보고, 채널별 펀드투자만족도에 영향을 주는 요인들을 살펴보고자 하였다.

2. 펀드투자 채널선택과 관련 요인

일반적으로 채널 선택에 대한 소비자 반응의 차이를 이해하는 것은 정보탐색을 통한 의사결정에 있어서 중요하다. 소비자가 이용 가능한 채널들은 전통적인 대면방식과 비대면방식으로 PC와 모바일 활용 방식들을 포함하고 있는데, 사용과정에서 각 채널로부터 소비자가 지각하는 혜택과 비용은 상이하다. 특히, 모바일 채널은 소비자로 하여금 즉각적인 행동을 가능하게 하며, 이러한 과정에서 정보탐색과 제품구매가 원하는 시점에서 이루어진다(Natarajan et al. 2017). 이와 대조적으로 전통적인 방식(PC 활용)의 인터넷을 활용하는 비대면 소비자는 상호작용 대상에 접근하기 위해 복잡한 과정을 거치게 되지만 좀 더 저렴한 가격과 상세한 정보를 얻을 수 있다는 장점이 있다. 반면, 대면 상점 방문 등을 통한 대면방식은 방문에 상당한 시간과 비용이 소요되지만 판매원과 상호작용을 통해 상품에 대한 상세한 정보와 구매 시 즉각적인 희열(만족)을 경험할 수 있다. 즉, 각각의 채널들로부터 소비자가 지각하는 혜택과 비용 차이들은 소비자들에게 고유한 가치를 제공하게 된다(Singh & Jang 2022). 펀드투자에 있어서도 활용 가능한 채널은 크게 금융회사를 직접 방문하여 투자를 위한 상담창구를 이용하는 대면방식과 PC 또는 모바일 기기를 이용하여 인터넷으로 투자를 하는 비대면방식으로 구분된다(Mao & Lee 2016). Lee & Kim(2014)의 연구에서는 대면 가입자에 비해 비대면 가입자가 펀드투자를 덜 어려워하고 불안정도가 적은 것으로 나타났으며, 관련 지식과 정보이해력은 모두 비대면 가입자가 높은 것으로 나타났다.

그러나 모바일 등의 비대면채널을 통한 금융서비스 이용 시 경험할 수 있는 혜택 정도는 소비자 특성에 따라 차이가 있다. 예를 들어, 청년 소비자에 비해 고령소비자는 새로운 기술을 수용하고 활용하는 기간이 더 길어진다. 특히, 급속하게 변화하는 금융환경으로 인해 기본적인 은행서비스의 경우도 점차 대면서비스에서 PC나 모바일을 활용한 인터넷 서비스 활용으로 전환되고 있어 소비자 특성별로 관련 기술에 대한 소비자의 사용 경향을 이해하는 것은 중요하다(Han & Ko 2021). 따라서 다음과 같은 요인들이 펀드투자 시 선택 채널에 미치는 영향력에 대한 논의가 필요하다.

첫째, 모바일을 사용한 소비자의 금융 관련 의사결정을 설명하는 다수의 연구문헌들은 금융이해력의 영향력을 연구해 왔으며(Fong et al. 2021), 이러한 과정에서 모바일 기기를 사용한 인터넷 활용으로부터 소비자가 경험하는 정보탐색 과정에서의 비용과 혜택은 정보활용에 있어서 중요한 요인이 됨을 짐작할 수 있다(Singh & Jang 2022). 정보경제학이론에 따르면 소비자들이 정보탐색과정에서 소요되는 추가적 비용과 기대되는 혜택 간의 교환에 따라 행동이 유도되며(Stigler 1961), 이러한 관점은 새로운 정보원천으로써의 모바일 기기에 대한 선호와 활용의 적정성을 설명할 수 있다. 또한 소비자는 정보탐색과정에서 다양한 채널들을 활용하는데, 특히 모바일 기기의 사용은 소통과 정보 제공 측면에서 편리성과 사용자 통제 등의 혜택과 지각된 위험과 인지적 노력 등의 비용이 인터넷 사용에 있어서 모바일 채널의 가치를 지각하는 요인이 되기 때문에 유용한 도구가 되고 있다(Singh & Jang 2022).

이와 더불어 금융 시장에서 소비자들이 투자 결정을 할 때 중요한 전문적인 투자상담사들의 역할은 투자자 특성들과 관련이 있다. 투자를 위한 의사결정 문제에 직면한 소비자가 투자 상담사를 선택하는 것은 주로 투자자 경험과 금융 이해력 등에 대한 자신의 능력 평가에 달려 있다. 자신의 능

력에 대해 과다한 자신감을 갖거나 자신의 금융 지식과 관련하여 이해력에 자신이 있는 투자자는 투자 상담사를 찾을 가능성이 낮다(Lu et al. 2020).

둘째, 투자 관련 특성으로써 소비자의 펀드투자 역량은 “투자자가 투자자의 역할을 적절하게 수행하고 금융시장의 변화에 주체적으로 적응하며 자신의 투자목표를 달성할 수 있도록 하는 능력”으로 정의되고 있는데, 이러한 개념 하에서 개별 투자자가 펀드투자를 수행할 때 지각할 수 있는 어려움이나 불안감이 투자역량에 영향을 줄 수 있다(Kim & Kim 2014). 특히, 비대면채널을 이용할 경우 펀드투자자가 경험하는 어려움이나 불안감은 다소 높은 것으로 나타나고 있으며(Lee & Kim 2014), 이는 모바일 채널을 이용할 경우 더 높을 수 있음을 시사한다(Mao & Lee 2016). 반면, 디지털 구매 환경에서 이커머스 경험은 모바일을 활용한 상거래 관여에 정적인 영향을 줄 수 있기 때문에(Swilley & Goldsmith 2007; Chopdar & Sivakumar 2019) 인터넷을 활용한 디지털 구매 경험이 모바일 상거래 선택에 있어서도 영향을 미칠 수 있다(Luceri et al. 2022). 이러한 경험은 투자자들로 하여금 모바일 은행서비스 등을 포함하는 다양한 상거래 상황에서 유의한 영향요인이 되는 것으로 나타나고 있다(Natarajan et al. 2017).

다음으로 소비자의 위험지각은 행동으로부터 발생할 수 있는 잠재적 결과물에 대한 불확실성과 유용하지 않은 결과가 발생할 것으로 생각하는 것을 의미하며, 모바일 등을 포함하는 비대면채널에 있어서는 구매 시 경험할 수 있는 지불 문제, 프라이버시 부족, 거래로 인해 발생할 수 있는 불확실성 지각을 의미한다(Luceri et al. 2022). 또한 이커머스와 모바일 지불 및 모바일 은행서비스 등을 포함한 모바일 상거래 분야에서의 연구들은 지각된 위험이 기술사용의도에 부정적인 영향을 미치는 선행요인임을 제시하고 있다. 이러한 관계는 모바일 쇼핑 앱으로도 확장되어 소비자 위험지각이 모바일 쇼핑 앱의 사용의도에 중요한 요인임을 발견하였다(Natarajan et al. 2017).

마지막으로 연령이나 성별, 교육 및 소득 등과 같은 인구통계적 특성들은 구매 시 소비자의 채널 선택에 영향을 주는 요인들임이 관련 연구들에서 제시되고 있다. 성별은 모바일 쇼핑을 포함하는 다양한 온오프라인 상황에서의 개개인의 쇼핑행동을 견인하는 중요한 예측자로써 인지되고 있으며(Hou & Elliott 2021), 펀드투자행동을 분석한 Lee & Kim(2014)의 연구에서는 온라인 펀드 투자의 경우 상대적으로 남성이 많은 것으로 나타났다. 특히, 고령 소비자의 경우 의사결정에 있어서 기존의 습관에 의존하는 자동적인 정보처리과정이 활발하게 작동을 하기 때문에(Jennings & Jacoby 1993) 새로운 기술 습득을 다소 꺼리는 경향이 있다(Hou & Elliott 2021). 반면, 고령일수록 재무상태가 양호하며, 가용 시간이 충분하여 모바일 구매 시 좀 더 많은 시간을 소요하기 때문에 더 나은 의사결정을 할 수 있음이 관련 연구에서 제시되고 있다(Hou & Elliott 2021). 또한 대부분의 연구들은 교육 수준이 소비자들의 쇼핑행동(카타로그, 인터넷 사용)과 정적인 관계가 있음을 보이고 있다(Lumpkin & Hawes 1985; Carpenter & Balija 2010; Hou & Elliott 2021). 펀드투자에 있어서도 학력과 비대면 투자는 관련 연구에서 정의 관계로 나타났다(Mao & Lee 2016). 끝으로 소비자의 소득 수준은 다양한 유형의 비대면 쇼핑 행태에 긍정적인 영향력을 보이는 것으로 관련 연구들에서 제시되고 있다(Lumpkin & Hawes 1985; Forsythe & Shi 2003; Goldsmith & Flynn 2005). 이는 소득수준이 높은 소비자의 경우 시간

의 가치를 높게 평가하고 기술적 측면의 전문지식이 높은 경향이 있기 때문에 초기에 혁신을 채택하는 경향이 있다(Hou & Elliott 2021). 이에 본 연구는 대면채널과 비대면채널을 구분하여 채널선택에 영향을 주는 요인들을 살펴보고자 하였다.

3. 채널선택에 따른 펀드투자만족도와 관련 요인

만족은 제품이나 서비스 구매 후의 경험에 따른 소비자의 종합적인 평가 혹은 정서적 반응을 의미한다. 소비자들은 특정 제품이나 서비스를 구매하는 과정에서 일정 수준의 기대를 가지게 되며, 이를 구매 후에 경험하는 성과에 대한 지각수준과 비교하여 만족이나 불만족을 느끼게 된다(Oliver 1980). 펀드투자에 있어서 소비자 만족은 펀드상품을 선택하고 투자하는 과정에서 소비자가 심리적으로 느끼게 되는 흡족 정도를 의미하기 때문에(Liu & Joo 2021) 이에 관한 관심이 요구되며, 어떠한 요인들이 영향을 줄 수 있는 가에 대한 논의가 중요하다. 선행연구들에 따르면 펀드투자로부터 소비자 만족도에 영향을 주는 요인은 주로 펀드이해력 등의 지식적 관련 특성과 정보활용성, 투자 관련 특성 및 인구사회적 특성들이 빈번하게 논의되고 있다(Eggert & Ulaga 2002). 이에 대해 본 연구에서는 중고령 소비자를 대상으로 채널선택에 따른 투자만족도 영향요인을 파악하고자 하였다.

첫째, 펀드투자에 있어서 요구되는 객관적인 지식과 자신의 지식수준에 대한 주관적 평가를 포함하는 펀드이해력은 투자만족도에 정적인 영향을 미치는 요인으로 관련 연구들에서 나타나고 있다(Lee 2012; Keel et al. 2018). 이와 더불어 대면방식의 소매점과 비교하여 온라인 채널에서는 장소에 구애받지 않고 어디에나 존재하며 시간제약에서도 자유롭기 때문에(Brynjolfsson et al. 2009; Avery et al. 2012) 소비자 효율을 증가시키게 된다. 이러한 효율성은 소비자들로 하여금 구매과정에서 모바일 기기를 활용할 때 혜택을 증가시켜 궁극적으로 구매 후 만족에 영향을 준다(Kim et al. 2015). 또한 소비자가 선택하는 다양한 채널들은 활용으로부터 지각하는 혜택과 비용 측면에서 상이한 특성들이 있다. 이러한 차이는 각 채널이 고유한 가치로 인식되기 때문에 채널 사용에서 지각된 차이의 영향력을 이해하는 것이 중요하다(Singh & Jang 2022). 더 나아가서 소비자 스스로가 의사결정 과정에서 관련 대상에 대한 지식이 부족하다고 인지하는 경우 의사결정 과정에서 전문가에 의존하게 된다(Lu et al. 2020). 2018년 금융투자협회 자료에 따르면 펀드의 경우 온라인이나 직판채널을 통한 구매 비중은 미미한 반면, 증권회사나 은행 등에서 대면으로 구매하는 비중이 큰 것으로 나타났다. 이처럼 대면채널의 높은 비중은 펀드투자 과정에서 중개인의 역할이 중요함을 시사하기 때문에 궁극적으로 펀드투자 만족도에 영향력이 클 것이다(Keel et al. 2018).

둘째, Agrebi & Jallais(2015)에 따르면 사람들이 처음에 모바일 쇼핑 앱을 사용할 때 새로운 기술에 대한 기대를 가지게 되며, 모바일 앱은 제공된 내용과 정보 질에 있어서 복잡성을 완화시킨다는 측면에서 긍정적인 평가를 받는다. 따라서 모바일 사용에 있어서 수월성을 지각한다면 만족으로 이어질 가능성이 높을 수 있다(Agrebi & Jallais 2015; Natarajan et al. 2017). 비대면채널을 통한 펀드가입이 증가하고 있는 가운데, 가입채널에 따라 상품 정보 검색, 투자 성과 확인, 판매자 설명의 충분성, 펀드 수익성 등 소비자 경험은 펀드 운용 결과에 유의한 차이가 있는 것으로 보고되고 있다(Lee & Kim 2014). 이처럼 상품 가입 채널에 따른 소비자 경험의 차이는 투자만족

도에도 영향을 줄 수 있을 것이다. 또한 소비자는 모바일 활용을 통해 사용자 경험을 습득할 수 있기 때문에 비대면 채널을 사용하여 제품을 구매 시 친숙함을 얻을 수 있으며, 더 나아가서 특정 기술적 시스템의 경험을 통한 전문가적 기술 습득은 향후 다른 기술적 시스템의 활용을 용이하게 할 수 있는 지식적 기초가 된다(Swilley & Goldsmith 2007). 따라서 비대면 채널을 활용한 쇼핑 등의 디지털 경험은 모바일 등 비대면채널을 통한 상거래에 있어서 유의한 요인이 될 수 있다(Luceri et al. 2022). 이 밖에 제품이나 서비스의 부정적인 결과에 직면할 가능성에 대한 불확실성으로 인한 위험지각(Featherman & Pavlou 2003)은 기술 사용에 대한 만족을 설명하는데 중요한 요인으로 고려되고 있다. Yuan et al.(2014)의 연구는 지각된 위험이 모바일을 활용한 금융서비스 만족에 있어서 부적인 요인임을 제시하였다.

끝으로 소비자의 인구사회적 특성은 펀드투자 후 만족도에 유의하게 영향을 주는 요인으로 관련 연구들에서 제시되고 있는데, Lee(2015)의 연구에서 남성의 투자만족도가 낮았으며, Keel et al.(2018)의 연구에서 50세 이상 중고령 소비자의 펀드투자만족도가 낮게 나타났다. Kim & Choe(2015)의 연구에서는 성별, 연령, 월평균가계소득 등이 펀드투자만족도에 유의한 영향을 주는 것으로 나타났다. 이에 본 연구는 대면채널과 비대면채널을 구분하여 채널별 펀드투자만족도에 영향을 주는 요인들을 살펴보고자 하였다.

Ⅲ. 연구방법

1. 연구문제

선행연구 고찰을 토대로 본 연구는 다음과 같이 연구문제를 설정하였다.

[연구문제 1] 중고령 소비자의 펀드투자 채널선택에 따른 인구사회 및 투자행동의 특성은 어떠한가?

[연구문제 2] 중고령 소비자의 펀드투자 채널선택에 영향을 주는 요인은 무엇인가?

[연구문제 3] 채널선택에 따라 중고령 소비자의 펀드투자만족도에 영향을 주는 요인은 무엇인가?

본 연구는 50~60대 중고령 소비자를 대상으로 펀드투자 시 이용한 채널에 따라, 투자자 특성을 비교하고, 채널선택에 영향을 주는 요인을 파악하고자 하였다. 특히 투자채널에 따라 투자만족도에 영향을 주는 요인을 분석하여, 중고령 소비자의 투자만족도에 대한 유용한 정보를 제공하고자 하였다.

2. 분석자료 및 측정도구

1) 분석자료

본 연구는 2022년 펀드투자자 조사자료를 활용하였다. 펀드투자자 조사 자료는 한국 금융소비자보호재단이 서울과 수도권 및 6대 광역시에 거주하는 성인(만 25~64세)을 대상으로 펀드 투자실태와 투자성향 및 자산현황 등을 파악하는 조사자료로 2007년 이후 매년 실시되고 있다. 2022년 펀드투자자 조사자료는 2022년 11월 4일부터 25일까지 22일간 총 2,500명을 대상으로 조사되었다. 이 가운데 현재 펀드 투자 중이거나 과거 펀드 투자 경험이 있는 50세 이상 소비자로, 채널 선택과 펀드투자에 대한 만족도, 향후 투자지속의도에 응답한 559명을 추출하여 사용하였다.

2) 측정도구

중고령 소비자의 채널선택, 펀드투자만족도에 영향을 미치는 요인을 파악하기 위해 선행연구로부터 도출된 변수들을 토대로 지식적 특성, 투자관련 특성, 인구사회적 특성으로 구분하고 세부항

목들을 분류하였다. 구체적인 변수의 정의 및 측정 방법은 Table 1과 같다.

펀드투자채널은 현재 보유중인 펀드나 과거 가입한 펀드의 가입경로를 의미하며, 크게 대면채널과 비대면채널로 구분하였다. 대면채널은 은행, 증권회사 등 금융회사를 직접 방문한 경우이며, 비대면채널은 모바일을 통한 가입과 금융회사 인터넷 사이트를 통한 가입으로 구분하였다.

펀드투자만족도는 가장 최근에 투자한 펀드에 대한 만족도를 의미하며 상품만족도, 서비스만족도, 전체만족도를 측정하였다. 상품만족도는 수익률, 원금안정성, 투자비용 등 상품 관련 특성에 대한 만족도이며, 서비스만족도는 운용사, 판매사, 전반적 서비스 등 판매 서비스와 관련된 만족도를 의미한다. 각 항목에 대해 매우 만족/만족/불만/매우 불만의 4점 척도로 측정하였다. 상품만족도와 서비스만족도를 합한 평균값을 전체만족도로 사용하였다.

영향요인 가운데 첫째, 지식 특성으로 객관적 금융이해력, 객관적 펀드이해력, 주관적 펀드이해력 변수를 설정하였다. 본 연구에서 객관적 금융이해력은 펀드, 물가, 이자율, 투자상품, 금융기관, 분쟁 조정 등 다양한 금융 분야의 지식을 측정하는 문항으로, 총 12개 문항으로 구성되었으며, 정

Table 1. Measurement of variables

Variables		Measurement scale
Dependent variable	Investment channel	• mobile · website =1, direct visit=0
	Fund satisfaction	• product satisfaction+service satisfaction • not satisfied (1)…very satisfied(4)
Knowledge	Objective fund literacy	• sum of correct answers out of 11 questions, ranging from 0 to 11
	Objective financial literacy	• sum of correct answers out of 12 questions, ranging from 0 to 12
	Subjective fund literacy	• level of feeling difficulties during investment (reverse coding) 6 questions • very difficult (1)…not at all (5)
Investment behavior	Risk tolerance	• risk averse (1) …risk tolerant (5)
	Use of professional advisory service	• ① heavily or moderately use ② only take as reference ③ not used at all
	Current investment status	• invest in funds now=1, used to invest but not now=0
Information accessibility	Product description	• not satisfied at all (1)…very satisfied (4)
	Frequency of information check during investing	• not at all (1) …more than once a week (6)
	Number of comparing products	• none (1)…more than 4 products(4)
Socioeconomic status	Gender	• male=1, female=0
	Age	• 50-54/55-59/60-64
	Education	• college graduate=1, high school graduate or below=2, postgraduate or above=3
	Occupation	• permanent employee (=1), non-permanent/temporary, self-employed, pensioner/jobless
	Monthly household income	• less than 7 million KRW=1, more than 7 million(included) KRW=0
	Total asset	• less than 0.6 billion KRW=1, more than 0.6 billion KRW=0

답을 맞힐 경우 각 1점씩 부여하였다. 객관적 펀드 이해력은 펀드에 관한 전반적인 지식을 측정하는 문항으로 정답을 맞힐 경우 1점씩 부여하고 총 11개 문항으로 구성되었다. 또한 객관적 지식 뿐 아니라 투자자가 지각하는 어려움이나 불안이 투자 역량에 영향을 줄 수 있다는 선행연구(Kim & Kim 2014) 결과를 바탕으로, 펀드투자 시 경험하는 어려움이나 불만 사항을 바탕으로 주관적 펀드 이해력을 측정하였다. 펀드 용어, 가입시점 결정, 환매시점 결정, 상품선택, 운용성과 설명 이해, 수익률 계산 총 6개 부문에서 경험하는 어려움의 정도를 측정하였다. 측정값은 '매우 그렇다/그렇다/그렇지 않다/전혀 그렇지 않다'의 4점 척도로 측정하였으며, 측정값을 역코딩 하여 점수가 높을수록 해당 항목에 어려움을 덜 느끼고 주관적 펀드 이해력이 높음을 의미한다. 객관적 금융이해력과 객관적 펀드이해력, 주관적 펀드이해력의 구체적인 측정 문항은 Table 2와 같다.

둘째, 투자 관련 특성으로 위험감수성향, 투자 시 전문가 활용 여부, 현재투자상태를 설정하였다. 위험감수성향은 원금 손실 감내 수준을 기준으로 선호하는 상품 유형을 선택하도록 하여 측정하였다. 안정형, 안정추구형, 위험중립형, 적극투자형, 공격투자형 순으로 점수가 높을수록 위험감수성향이 높아지는 것을 의미한다. 투자결정시 전문가 활용여부는 투자 결정을 주로 어떻게 하는지에 대한 질문으로, '전문가에 투자 결정을 맡긴다/전문가의 의견에 많이 의존하는 편이다'는 '전문가의존', '전문가 조언 등을 참고한다/주위 사람 조언에 따라 본인이 판단한다'는 '조언 참고', '전문가의 도움 없이 스스로 하는 편이다'는 '스스로 결정'의 3가지로 구분하였고 '전문가의존'을 기준으로 더미변수 처리하였다. 현재투자상태는 현재 펀드 투자 여부로 '현재투자 중'과 '과거 투자 경험 있으나 현재 투자 안함(과거 투자 경험)'으로 구분하였고, '현재투자'를 기준으로 더미변수화하였다.

셋째, 정보활용성은 상품설명 충분성, 가입후 정보확인, 투자결정 시 상품비교개수로 구분하였다. 대면과 비대면 채널은 채널 선택에 따라 정보탐색 행동과 이를 통해 소비자가 경험하는 효용이 상이하므로(Singh & Jang 2022), 중고령소비자의 펀드투자행동에서 채널 선택에 따라 정보활용에 어떠한 차이가 있는지, 각 변수들이 투자만족도와 투자지속의도에 어떠한 영향을 주는지 살펴보고자 하였다. 상품설명 충분성은 펀드 가입시 상품에 대한 설명의 충분성에 대한 의견으로, '설명내용이 충분하였다', '설명시간이 충분하였다', '설명내용이 이해하기 쉬웠다', '상품설명에 전반적으로 만족한다'의 4개 문항으로 측정하였다. 각 문항에 대해 전혀 만족하지 않음/만족하지 않음/만족/매우 만족(4점 척도)으로 측정하였다. 가입 후 정보확인은 펀드 가입 후 펀드투자 성과, 가입펀드 자산 구성 내역, 운영전문인력(펀드매니저) 변동 등 3가지 항목에 대한 정보 확인 빈도를 의미한다. 전혀하지 않음/1년 이상에 한번/6개월~1년 미만에 한번/2~6개월 미만에 한번/한달에 한번/일주일에 한번 이상으로 측정하였다. 상품비교개수는 펀드 가입시 평균적으로 몇 개의 펀드를 비교하는지에 대한 질문으로, 비교하지 않음/2개/3개/4개이상으로 측정하였다.

끝으로 인구사회 특성은 성별, 연령, 직업, 교육수준, 월소득, 총자산이다. 성별은 남성을 기준으로 더미변수 처리하였다. 연령은 출생연도에 따른 나이를 연속변수로 사용하였다. 교육수준은 고졸 이하, 대졸 이상, 대학원졸 이상으로 구분하여, 대졸 이상을 기준으로 더미변수화 하였다. 월소득과 총자산은 구간변수로 측정되었으며, 중위수를 기준으로 이분화하여 더미변수 처리하였다.

Table 2. Objective financial literacy, objective fund literacy, and subjective fund literacy assessment questions

Objective financial literacy	Accuracy rate
1) Considering inflation, today's 100 KRW is more valuable than 100 KRW in the future. (o)	56%
2) As investment risk increases, the expected return also tends to increase. (o)	63%
3) If the overall market interest rates rise, bond prices also increase. (x)	42%
4) Diversifying investment funds across various assets can help reduce investment risk. (o)	76%
5) When inflation is expected to rise, the real interest rate tends to decrease. (o)	51%
6) ETF refers to funds that are listed on the stock exchange and traded like stocks. (o)	47%
7) A deposit that pays 4% interest annually and a deposit that pays 2% interest semi-annually result in the same amount received after a 1-year maturity. (x)	16%
8) The KOSPI index return is calculated including the dividends from stocks. (x)	24%
9) When investing in equity funds, investing in a lump sum during a bear market is more advantageous than systematic investment, especially for stock-type funds. (x)	31%
10) Defined contribution pension, as part of retirement benefits, refers to a system where the employee is directly responsible for managing the accumulated pension funds, and the retirement pension amount is determined based on the results of this management. (o)	37%
11) If financial income exceeds a certain amount, the excess portion is subject to comprehensive taxation when combined with other income. (o)	66%
12) In fund investment, one-time costs are referred to as fees, while ongoing costs are referred to as commissions. (x)	40%
Objective fund literacy	**Accuracy rate**
1) I think that funds are not guaranteed capital products. (o)	71%
2) Funds are classified into equity, bond, and mixed types depending on the investment target. (o)	79%
3) Fund is a product that invests only in stocks. (x)	7%
4) Funds' prices vary depending on the trading time. (o)	49%
5) Funds allow for immediate withdrawal of money upon redemption request. (x)	9%
6) All funds apply the same benchmark price. (x)	10%
7) In a savings-type fund, there is no fluctuation in the yield once the predetermined maturity period has passed. (x)	16%
8) Excluding tax-advantaged products, taxes are imposed on fund returns. (o)	73%
9) Funds purchased through a bank are subject to depositor protection. (x)	21%
10) When redeeming a fund, you always have to pay a redemption fee. (x)	64%
11) When suffering losses from fund investments, the only dispute resolution institution available is the Financial Supervisory Service. (x)	22%
Subjective fund literacy*	**Mean**
1) The terms related to funds are difficult.	2.08
2) It is difficult to determine the purchase timing.	2.07
3) It is difficult to determine the redemption timing.	1.91
4) It is difficult to choose a product due to the variety of fund types.	1.94
5) It is difficult to understand the explanation of the performance results.	2.07
6) Calculating the rate of return is difficult.	2.06

*'Subjective fund literacy' questions are reverse coded. A higher score indicates less difficulty and a higher subjective fund literacy.

IV. 결과 및 고찰

1. 조사대상자의 일반적 특성

조사대상자에 대한 일반적 특성은 Table 3과 같다. 전체 분석 대상 559명 가운데 남성 277명(49.5%), 여성 282명(50.4%)이었다. 연령대는 50~54세 43.3%, 55~59세 25.4%, 60~64세 30.7%를 차지했으며, 평균연령은 56.1세였다. 교육수준은 대졸 66.7%, 고졸이하 15.0%, 대학원졸이상 18.2%를 차지하였다. 2020년 통계청의 인구총조사에서 우리나라 전국 50~59세의 교육수준이 고졸이하 60.2%, 대졸 33.8%, 대학원졸이상 5.9%임을 감안할 때, 본 연구에서 활용한 표본의 교육수준이 일반적인 교육수준보다 높다는 것을 알 수 있다. 직업은 정규직 48.5%, 기간제와 비정규직 14.9%, 자영업 11.7%, 부동산, 연금소득, 무직 등이 24.7%를 차지하였다.

가계월소득은 300만원미만 11.2%, 300만원~499만원 25.3%, 500~699만원 23.0%, 700~999만원 25.1%였으며 1천만원이상은 15.2%를 차지하였다. 중위값에 근접한 구간으로 이분할 경우 699만원이하 59.9%, 700만원이상 40.4%로 구분되었다. 총자산은 1억미만 14.4%, 1~3억미만 19.7%, 3~6억미만 20.3%, 6~10억미만 16.8%, 20억이상 8.1%를 차지하였다. 중위수에 근접한 구간으로 이분할 경우 6억미만 54.5%, 6억이상 45.5%였다. 참고로 2022년 가계금융복지조사(Statistics Korea 2022)에서 가구주 연령 50~59세의 경상소득은 연평균 8,086만원, 중앙값 6,664만원이며, 총자산은 평균 6억4,236만원, 중위값 3억7,749만원이다(60~64세의 경우 경상소득 연평균 4,602만원, 중앙값 3,189만원, 총자산 평균 5억4,372만원, 중위값 2억6,100만원). 본 연구에서는 월소득과 총자산이 구간변수로 측정되어 직접적인 비교는 어렵지만, 중위값을 기준으로 보았을 때 일반적인 경제수준보다 높은 수준으로

Table 3. Individual characteristics of the respondents

(N=559)

Variables	Category	Frequency (%)	Variables	Category	Frequency (%)	
Gender	Male	277(49.5)	Monthly income (Unit: 10,000 KRW)	Less than 300	63(11.2)	321(59.9)
	Female	282(50.4)		300-499	141(25.2)	
Age	50-54	245(43.3)		500-699	131(23.4)	
	55-59	142(25.4)		700-999	148(25.0)	238(40.0)
	60-64	172(30.7)		Above 10,000	90(15.0)	
	Mean	56.1(4.53)	Total asset (Unit: thousand million KRW)	Less than 1	83(14.4)	308(55.1)
Education	≦High school	84(15.0)		1-less than 3	109(19.7)	
	College graduate	373(66.7)		3-less than 6	116(20.3)	
	≧Postgraduate	102(18.2)		6-less than 10	93(16.8)	251(44.9)
Occupation	Permanent	267(47.7)		10-less than 20	113(20.5)	
	Non-regular/temporary	86(15.3)		Above 20	45(8.1)	
	Self-employed	68(12.1)	Fund investment channel	Direct visit	327(58.5)	
	Pensioner/jobless	138(24.6)		Mobile/website	232(41.5)	
				mobile	115(20.5)	
			Objective financial literacy (S.D.)		5.54(2.94)	
			Objective fund literacy (S.D)		4.67(2.26)	
			Subjective fund literacy (S.D)		2.10(2.88)	

평가할 수 있다.

펀드채널은 대면채널 58.5%, 비대면채널 41.5%를 차지하였으며, 비대면채널 가운데 모바일을 선택한 투자자는 20.5%였다. 객관적 금융이해력은 12점 만점에 5.45, 객관적 펀드이해력은 11점 만점에 4.67점으로 절반에 다소 못 미치는 수준이었으며, 주관적 펀드이해력은 4점 만점에 2.10으로 나타났다.

2. 투자채널별 중고령 소비자의 특성

[연구문제 1]은 펀드투자 채널선택에 따른 중고령 소비자의 특성이 어떠한지 살펴보는 것이다. 중고령 소비자의 일반적 특성과 펀드투자 관련 특성을 비교하였으며 그 결과는 Table 4와 같다.

먼저 대면채널과 비대면채널의 소비자 특성을 비교해 보면, 펀드투자만족도에서 채널간 유의한 차이가 나타났다. 펀드투자만족도는 상품만족도, 서비스만족도, 전체만족도 모두 비대면채널이 대면채널에 비해 유의하게 높은 것으로 분석되었다.

지식적 특성의 경우 객관적 펀드이해력과 객관적 금융이해력은 두 채널 간에 유의한 차이가 나타나지 않았다. 주관적 펀드이해력 중에서는 펀드용어, 상품선택, 운용성과 이해, 수익률 계산에서 비대면채널이 대면채널보다 유의하게 높은 것으로 나타났다. 가입시점 결정, 환매시점 결정에서는 두 채널의 차이가 유의하지 않았다. Lee & Kim (2014)의 연구에서 비대면채널 펀드투자자가 경험하는 어려움이나 불안감이 다소 높은 것으로 나타났으나, 본 연구에서는 비대면채널 투자자들의 주관적 이해력이 대면채널 투자자들보다 전반적으로 높은 것으로 나타나 상반된 결과를 보여주고 있다. 이는 그동안 펀드투자를 포함해 금융상품 시장에 비대면채널이 보편·확산되고 있는 사회 현상을 반영하고 있는 것이라 할 수 있다.

투자관련 특성의 경우 위험감수성향, 본인투자실력 판단, 현재투자상태, 정보접근성에서 채널에 따른 차이가 유의하게 나타났다. 위험감수성향은 비대면채널이 대면채널보다 유의하게 높게 분석되었다. 위험수용적성향이 클수록 모바일 금융 활용 가능성이 높아진다는 선행연구(Joo et al. 2018) 결과가 중고령 소비자에게도 해당되고 있음을 알 수 있다. 현재투자 중인 소비자는 비대면채널 48.0%, 대면채널 30.5%로 비대면채널이 상대적으로 높게 나타났다.

정보접근성의 경우 가입전 비교상품개수와 가입후 정보확인빈도에서 비대면채널이 대면채널보다 평균적으로 유의하게 높았다. 가입과정에서 상품설명 충분성에 대한 인식은 채널간 차이가 유의하지 않았다.

인구사회적 특성에서는 성별, 연령, 직업에서 채널 간에 유의한 차이가 나타났다. 비대면채널의 남성 비중(59.1%)이 여성(40.8%)보다 높은데 비해, 대면채널은 여성 비중(58.1%)이 남성(41.9%)보다 높게 나타났다. 이는 온라인 펀드투자자(Hong 2013; Lee & Kim 2014)와 모바일 펀드투자자(Mao & Lee 2016)에 대한 선행연구 결과와도 일치한다. 연령은 대면채널이 평균 56.2세로 비대면채널의 55.2세보다 유의하게 높은 것으로 나타났다. 직업의 경우 비대면채널은 정규직 비중이 대면채널에 비해 상대적으로 높은 반면, 기타 직종 즉 기간제/비정규직, 자영업, 연금소득자/무직 등은 대면채널의 비중이 비대면채널에 비해 높게 나타났다. 교육수준과 가계월소득, 총자산은 투자채널에 따른 유의한 차이가 나타나지 않았다.

대면채널과 모바일채널 소비자의 특성을 비교하면, 펀드투자만족도는 채널 간 차이가 유의하지 않았다. 객관적 펀드이해력과 객관적 금융이해력은 채널에 따른 차이가 유의하지 않았고 주관적

펀드이해력에는 채널에 따른 차이가 나타났다. 모바일채널은 펀드용어이해, 환매시기결정, 운용성과 이해, 수익률계산에서 대면채널보다 주관적 펀드이해력이 유의하게 높게 나타났다. 성별은 모바일채널이 대면채널에 비해 남성 비중이 상대적으로 높았다. 연령은 대면채널(56.8세)이 모바일채널(54.8세)보다 유의하게 높았다. 직업은 모바일채널의 정규직 비중이 60.0%로 대면채널(41.5%)

Table 4. Investors' characteristics by investment channel

Variables	Category	Face-to-face (N=327)	Mobile/website (N=232)	t, x^2	Face-to-face (N=327)	Mobile (N=115)	t, x^2
Investment satisfaction	Product	2.35	2.45	−1.74*	2.35	2.43	−1.10
	Service	2.61	2.72	−1.98*	2.61	2.72	−1.59
	Total	2.45	2.58	−1.98*	2.45	2.54	−1.39
Objective financial literacy		5.46	5.80	−1.36	5.46	5.36	0.31
Objective fund literacy		4.81	4.53	1.48	4.81	4.37	1.77
Subjective fund literacy	Terminology	1.99	2.18	−3.53**	1.99	2.2	−2.88**
	Purchase timing	2.03	2.12	−1.75	2.03	2.14	−1.66
	Repurchase timing	1.87	1.96	−1.66	1.87	2.01	−2.08*
	Fund selection	1.89	2.00	−2.12*	1.89	1.99	−1.41
	Fund performance	2.01	2.17	−2.85**	2.01	2.17	−2.13*
	Yields calculation	1.97	2.19	−4.01***	1.97	2.2	−3.03**
Risk tolerance		2.05	2.56	−5.42***	2.05	2.53	−4.03***
Prof. service use	Heavy/moderate	65(19.8%)	36(13.7%)	5.64	65(19.8%)	12(10.4%)	5.76
	Only as reference	207(63.3%)	167(63.7%)		207(63.3%)	78(67.8%)	
	Not at all	55(16.8%)	59(22.5%)		55(16.8%)	25(21.7%)	
Investment status	Invest now	100(30.5%)	126(48.0%)	18.86***	100(30.5%)	61(53.0%)	18.53***
	Used to invest	227(69.4%)	136(51.9%)		227(69.4%)	54(46.9%)	
Information	#of comparing products	2.19	2.50	−4.01***	2.19	2.26	−0.73
	Product description	7.92	7.93	−0.07	7.92	7.97	−0.27
	Info check after purchase	3.28	3.61	−3.27**	3.28	3.59	−2.36*
Gender	Male	137(41.9%)	155(59.1%)	17.34***	137(41.9%)	61(53.0%)	4.27*
	Female	190(58.1%)	107(40.8%)		190(58.1%)	54(47.0%)	
Age		56.8	55.2	4.12***	56.8	54.86	4.01***
Education	≦High school	55(16.8%)	32(12.2%)	3.03	55(16.8%)	13(11.3%)	2.29
	College	210(64.2%)	184(70.2%)		210(64.2%)	76(66.1%)	
	≧Postgraduate	62(18.9%)	46(17.5%)		62(18.9%)	26(22.6%)	
Occupation	Permanent	136(41.5%)	150(57.2%)	15.70**	136(41.5%)	69(60.0%)	12.40**
	Non-permanent /temporary	60(18.5%)	28(10.6%)		60(18.5%)	11(9.6%)	
	Self-employed	41(12.5%)	28(10.6%)		41(12.5%)	11(9.6%)	
	Pensioner/jobless	90(27.5%)	56(21.3%)		90(27.5%)	24(20.8%)	
Monthly income	〈 7 mil. KRW	196(59.9%)	155(59.1%)	0.03	196(59.9%)	65(56.5%)	0.41
	≧ 7 mil KRW	131(40.0%)	107(40.8%)		131(40.0%)	50(43.5%)	
Total asset	〈 0.6 bil KRW	177(54.1%)	144(54.9%)	0.04	177(54.1%)	65(56.5%)	0.19
	≧ 0.6 bil KRW	150(45.8%)	118(45.0%)		150(45.8%)	50(43.5%)	

*p〈0.05, **p〈0.01, ***p〈0.001

보다 상대적으로 높게 나타났다.

3. 투자채널 결정요인 분석

[연구문제2]는 중고령 소비자의 펀드투자 채널 선택에 영향을 주는 요인을 분석하는 것이다. 이를 위해 비대면채널 집단을 기준으로 이항로지스틱분석을 실시하였고 그 결과는 Table 5와 같다.

다른 조건이 동일할 때 대면채널과 비대면채널 투자자를 구별하는 요인은 성별, 연령, 직업, 가계월소득, 객관적 펀드이해력, 주관적 펀드이해력 가운데 수익률계산, 현재투자상태, 비교상품개수, 상품설명 충분성, 가입후 정보확인으로 분석되었다.

구체적으로 남성보다 여성일 경우, 정규직에 비해 자영업 종사자일 경우, 가계월소득이 700만원 이상인 경우, 현재투자 중인 경우보다 그렇지 않은 경우 비대면채널보다 대면채널을 이용할 확률이

Table 5. Factors influencing fund investment channel selection (logit) and investment satisfaction by channel (regression)

Variables		Channel selection base=mobile/website	Investment satisfaction		
			Face-to-face	Mobile/ website	Mobile
Objective financial literacy		0.04	−0.01	−0.01	0.00
Objective fund literacy		−0.10*	−0.00	0.04*	0.01
Subjective fund literacy	Terminology	0.15	−0.08	−0.08	−0.27*
	Purchase timing	−0.01	0.11*	−0.07	0.01
	Repurchase timing	−0.09	0.02	0.18**	0.32*
	Fund selection	0.13	0.03	−0.05	−0.16
	Fund performance	−0.07	0.08	0.14*	0.14
	Yield calculation	0.43*	0.03	−0.00	−0.13
Risk tolerance		0.17	−0.03	−0.02	−0.05
Prof. service use (heavy/moderate =1)	Take as reference	0.30	−0.01	−0.10	−0.07
	Not at all	0.60	−0.00	−0.12	−0.13
Invest now=1		−0.79***	0.09	0.16*	0.21*
Information accessibility	# of comparing products	0.31**	−0.04	0.00	−0.04
	Product description	−0.15**	0.14***	0.15***	0.14**
	Info check after purchase	0.17*	0.05*	0.02	−0.00
Gender (male=1)		−0.63**	−0.01	0.10	0.12
Age		−0.04*	−0.00	0.01	0.01
Education (college=1)	≦High school	−0.08	0.00	0.08	−0.09
	≧Graduate school	−0.48	0.14	0.11	0.01
Occupation (permanent=1)	Temporary/non-permanent	−0.54	−0.07	0.10	0.24
	Self-employed	−0.60*	−0.04	0.16	0.19
	Pensioner/jobless	−0.11	−0.09	0.02	−0.06
Monthly income (<7 mil krw=1)		−0.43*	0.06	−0.11	0.01
Total asset (<0.6bil krw=1)		−0.00	−0.05	0.16	−0.03
Constant		1.90	1.55	0.17	0.39
LR chi^2		111.14			
Pseudo R^2.		0.13***			
R^2			0.27	0.29	0.35
F			4.48***	4.99***	2.72***

*p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001

높았다. 또한 객관적 펀드이해력이 낮을수록, 수익률 계산에 대한 주관적 이해력이 높을수록, 가입 전 비교상품개수가 많을수록, 가입후 정보확인빈도가 높을수록, 상품설명이 충분하지 않다고 인식할수록 대면채널보다 비대면채널에 속할 확률이 높았다.

선행연구에서는 금융이해력 수준이 높고, 위험에 대해 수용적인 태도를 가지고 있는 경우에 그렇지 않은 경우보다 모바일금융을 활용할 가능성이 더 큰 것으로 나타났다(Joo et al. 2018). 중고령 소비자를 대상으로 한 본 연구에서는 객관적 이해력보다 상품 가입 및 보유 과정에서 경험하는 어려움과 같은 주관적 이해력이 비대면채널 이용 가능성에 더 유의한 영향을 주고 있는 것으로 나타났다. 비대면채널의 경우 펀드 가입부터 관리, 환매에 이르기까지 금융회사 판매원의 직접적인 도움을 받기보다 스스로 판단하고 처리해야 할 부분이 많기에 서비스 이용 과정에서 경험하는 주관적 어려움과 불만이 채널 선택에 중요한 요인으로 작용한 것으로 해석된다.

4) 채널선택에 따른 펀드투자만족도 결정요인 분석

[연구문제 3]은 투자채널 별로 중고령 소비자의 펀드투자만족도에 영향을 주는 요인을 살펴보는 것이다. 이를 위해 대면채널과 비대면채널의 두 집단으로 나누어 회귀분석을 실시하였다. 또한 최근 모바일 채널을 이용한 펀드투자가 증가하고 있음을 감안하여, 비대면채널 가운데 모바일 채널을 이용했다는 응답을 따로 분리하여 투자만족도에 영향을 주는 요인을 별도 분석해 보았다. 분석 결과는 Table 5와 같다.

대면채널과 비대면채널 모두 펀드투자만족도에 영향을 주는 요인은 상품설명 충분성이었다. 즉 가입 과정에서 상품에 대한 설명이 충분하다고 평가할수록 투자만족도가 높은 것으로 분석되었다. 이 밖에 대면채널의 경우 가입시점 결정에 대한 주관적 펀드이해력과 가입후 정보확인 빈도가 투자만족도에 유의한 영향을 주었다. 즉 가입시점 결정이 어렵지 않다고 느낄수록, 가입 후 정보확인 빈도가 높을수록 투자만족도가 높은 것으로 나타났다.

비대면채널의 경우 객관적 펀드이해력, 환매시점 결정과 운용성과 이해에 대한 주관적 펀드이해력, 현재투자여부가 투자만족도에 유의한 영향을 주는 것으로 분석되었다. 객관적 펀드이해력이 높을수록, 환매시점 결정과 운용성과 이해가 어렵지 않다고 느낄수록 투자만족도가 높아졌으며, 현재 투자 중인 경우는 그렇지 않은 경우에 비해 투자만족도가 높은 것으로 나타났다. Keel et al. (2018)의 연구에서 중고령 투자자의 경우 객관적 펀드이해력이 펀드투자만족도에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났으나, 본 연구에서는 비대면채널 투자자의 경우 영향력이 크지는 않지만 객관적 펀드이해력이 투자만족도에 정(+)의 영향을 미치고 있음을 알 수 있다. 이는 동일한 연령의 소비자 집단이라도 투자채널별로 만족도에 영향을 주는 요인들이 상이함을 시사한다고 할 수 있다.

모바일 채널의 경우 상품설명 충분성 이외에 펀드용어 이해 및 환매시점 결정에 대한 주관적 펀드이해력, 현재투자여부가 투자만족도에 유의한 영향을 주는 요인이었다. 즉 펀드용어 이해와 환매시점 결정에 어려움이 없다고 느낄수록 펀드투자만족도가 높았고, 현재투자 중인 경우 그렇지 않은 경우에 비해 투자만족도가 높은 것으로 분석되었다.

V. 요약 및 결론

우리 사회의 중고령 인구가 증가함에 따라 중고령 금융소비자의 특성 및 행동이 과거에 비해 더

많은 주목을 받고 있다. 중고령 금융소비자는 더 낮은 연령대에 비해 금융거래에 있어 소득과 자산의 수준이 높다는 강점을 가지는 반면, 연령의 증가와 함께 인지적 능력의 감소를 경험하게 된다. 금융거래 관련 결정을 내릴 때 이러한 감소된 인지능력은 약점이 될 것이다. 관련 선행 연구에 의하면, 중고령 소비자는 금융지식과 이해력이 상대적으로 부족한 경향이 있으며 이로 인해 펀드투자에 관련된 가입 및 수익률 계산에서 큰 어려움을 겪고 있다. 중고령 소비자는 안정적인 자산 유지에 더 큰 관심을 기울이며, 위험을 감수하는 재테크보다는 보다 안전한 투자 방법을 선호하는 경향이 있는 것으로 보고되고 있다. 또한 주식 및 펀드 투자와 관련하여 중고령 소비자는 가입이나 환매 시기에 대한 결정을 금융기관 직원의 의견에 의존하는 경향이 있어 금융상품의 불완전 판매의 피해자가 되기 쉬운 측면이 있다.

이에 본 연구에서는 중고령 펀드 투자자를 하나의 그룹으로 일반화하는 대신 그들이 사용하는 투자채널에 따라 집단을 구분하여 다음과 같은 세 가지 연구문제를 설정하였다. 첫째, 투자채널 유형별 특성의 차이는 어떠한가? 둘째, 투자채널 선택에 영향을 미치는 요인은 어떠한가? 셋째, 투자채널 유형별로 투자만족도에 미치는 영향요인은 어떠한가? 이상의 연구문제를 해결하기 위해 통계적 분석 방법으로는 기술적 분석, t-test, 카이제곱검정을 사용하였으며, 채널선택에 영향을 미치는 요인을 분석하기 위해 이항로지스틱 회귀분석을 사용하였다. 또한 채널유형별로 투자만족도에 영향을 미치는 요인을 분석하기 위해 다중 회귀분석을 실시하였다.

분석결과에서 주목할 만한 점은 중고령 투자자의 경우 투자 채널선택 및 만족도와 관련하여 객관적 이해력의 영향력보다는 주관적 이해력의 영향력이 상대적으로 더 크다는 점이다. 구체적으로, 대면채널 집단에 속할 가능성에 영향을 미치는 요인으로는 객관적 펀드이해력(-), 주관적 펀드이해력 문항 중 수익률 계산능력(+), 가입전 비교상품 개수(+), 가입후 정보확인빈도(+), 상품설명 충분성인식(-)으로 나타났다. 그리고 펀드투자 시 대면채널 이용자의 투자만족도에 영향을 미치는 요인으로는 주관적 펀드이해력 문항 중 가입시점 결정용이성(+), 가입후 정보확인빈도(+), 상품설명 충분성인식(+)으로 나타났다. 또한, 펀드투자 시 비대면(internet & mobile)채널 이용자의 투자만족도에 유의하게 영향을 미치는 요인으로는 객관적 펀드이해력(+), 주관적 펀드이해력 문항 중 운용성과 이해용이성(+)과 환매시점 결정용이성(+)으로 나타났다. 마지막으로 펀드투자 시 모바일채널 이용자의 투자만족도에 영향을 미치는 요인을 분석한 결과, 현재투자여부(투자진행 중), 주관적펀드이해력 중 환매시점 결정용이성(+), 주관적펀드이해력 중 펀드용어 이해(-), 상품설명 충분성(+)이 유의한 것으로 나타났다.

이상의 분석결과를 토대로, 중고령 소비자의 투자 채널유형별 투자만족도 증대 방안을 제안하고자 한다. 첫째, 본 연구의 결과에 따라, 중고령 "대면" 투자자의 전형을 월 7백만원이상 고소득의 여성 자영업자로 볼 수 있는데, 이들은 객관적 펀드이해력이 낮은 편이기 때문에 창구 직원으로부터 다양한 상품에 대한 충분한 설명을 제공받는 것이 중요하며 상품에 대한 정보를 충분히 제공 받았다고 인식할수록, 가입 후에 모니터링을 많이 할수록 투자만족도가 높다는 것을 알 수 있었다. 따라서 이들 대면 투자자의 만족도를 높이기 위해서는 객관적 펀드이해력을 높임으로써 펀드 상품설명을 금융사 창구 직원에 의존하지 않고 스스로 펀드상품에 대한 정보를 검색하게 한다든지 펀드상품

가입시점 결정 역량을 키우는 방법이 효과적일 것이다. 둘째, 본 연구의 결과에 따라, “비대면” 중고령 투자자의 전형을 객관적 펀드이해력이 높은 편인 남성 봉급생활자나 은퇴자로 볼 때, 이들 비대면 중고령 투자자는 대면 투자자에 비해 상대적으로 객관적 펀드이해력은 높은 편이지만 펀드 수익률 계산에 자신감이 낮은 편이고, 가입 전 펀드상품 비교를 충분히 하지 않으며, 펀드 가입 후 모니터링도 대면 투자자에 비해 유의하게 적게 하는 것으로 나타났다. 그 이유를 추측해 보면, 비대면 투자자는 이름 그대로 금융사 점포를 방문하지 않고 컴퓨터나 모바일을 이용하여 스스로 정보를 탐색하고 투자결정을 하는 사람들이다. 따라서 중고령 투자자의 특성상 인지능력이 낮아짐에 따라 대다수의 중고령 투자자는 컴퓨터나 모바일을 다루는 능력이 낮아진다고 하면 모바일 기기를 통한 가입 전 대안 상품 비교 및 가입 후 모니터링에 어려움울 겪을 수 있다. 특히 비대면 투자자의 50%를 차지하는 모바일 사용자의 경우 작은 화면에서 작은 글씨의 상품설명을 제공받게 되므로 충분한 상품비교나 모니터링에 불리할 것이다. 또한 이들 비대면 투자자는 객관적 펀드이해력을 스스로 업데이트해 나가는 것이 중요할 것으로 여겨지며 분석결과에서도 객관적 펀드이해력이 높을수록 그리고 펀드투자의 운용성과 이해 용이성이 높을수록 투자만족도가 높게 나타났다. 따라서 이들 비대면 투자자의 투자만족도를 증대시키기 위해서는 투자자들이 스스로 펀드이해력을 높여갈 수 있는 다단계 심화 프로그램을 다양하게 제공하는 것이 효과적일 것이며 특히, 투자수익률 계산 즉, 투자성과 이해 용이성을 높이는 데 초점을 맞춘 프로그램을 제공하는 것이 필요하다. 셋째, 비대면 투자자 중에서 컴퓨터 이용자를 제외하고 스마트폰 중심의 모바일 채널을 이용하는 중고령 투자자만을 분리해서 분석했을 때, 상품설명 충분성이 높을수록, 환매시점 결정 용이성이 높을수록 투자만족도가 높았다. 따라서 상품설명 충분성과 관련해서는 모바일 기기를 이용하는 중고령 투자자들이 상품설명을 충분히 제공받을 수 있도록 금융회사가 중고령자 전용 화면 옵션을 제공하는 것도 중고령 투자자의 투자만족도를 높이는 방안이 될 수 있을 것이다. 또한 환매시점 결정 용이성과 관련해서는 환매를 하는 순간 투자 수익률이 결정되기 때문에 투자 과정에 있어서 환매 시점을 정하는 것이 가장 중요하다고 할 수 있다. 환매 시점을 결정하기 위해서는 투자 시장이 앞으로 더 약세장이 될 것인지, 더 강세장이 될 것인지, 호재와 악재를 보는 안목을 키워야 하므로 환매 시점 결정 역량은 모든 투자자의 숙제라고 할 수 있으며, 전문가의 의견을 참고하여 투자자들이 학습과 경험을 축적하면서 스스로 체득해 나가야 할 것이다.

본 연구의 한계점으로는 첫째, 투자만족도와 관련하여 심리적 변수인 과신이나 손실회피 등의 변수를 고려하지 못했다는 점과 둘째, 연구의 모델에서 투자기간 변수를 반영하지 않았다는 점이다. 후속 연구에서는 투자 채널선택 유형별로 투자만족도와 심리적 편향 변수 간의 관계성 차이를 밝힘으로써 투자만족도를 높이는 효과적인 방안을 모색할 수 있을 것이다. 또한 연구모델에 투자기간 변수를 포함시킴으로써 특정 기간의 시장환경의 영향력을 관찰할 수 있는 한편 시장환경의 영향력을 통제한 상태에서 다른 변수의 영향력을 관찰할 수 있을 것이다. 이와 같은 연구의 한계점이 존재함에도 불구하고 본 연구는 다음과 같은 시사점을 제공한다. 금융회사가 중고령 투자자를 단일 그룹으로 인식하는 대신, 그들이 선택하는 투자 채널의 유형에 따라 구분하여, 대면 및 비대면 투자자의 주관적 이해력을 높임으로써 심리적 불편함을 해

소시키는 한편 나아가 자신감을 가지게 하는 서비스를 제공하는 것이 필요하다. 채널별로는 대면채널을 이용하는 중고령 투자자의 경우, 펀드 가입 시점을 결정하는 내용에 대한 교육 서비스를 집중적으로 제공함으로써 그에 대한 자신감을 높이는 것과, 가입 후 정기적인 모니터링을 지원하는 알람 서비스 등을 제공하는 것이 투자만족도를 높이는데 효과적일 것이다. 또한 비대면채널을 이용하는 중고령 투자자의 경우, 투자성과를 산출하는 방법과 환매시점을 스스로 결정하는 역량에 대한 집중적인 교육 서비스를 받음으로써 그에 대한 자신감이 향상될 때, 중고령 투자자의 투자만족도를 향상시킬 수 있을 것으로 판단된다.

References

Agrebi S, Jallais J(2015) Explain the intention to use smartphones for mobile shopping. J Retail Cons Ser 22, 16-23. doi:10.1016/j.jretconser.2014.09.003

Avery J, Steenburgh TJ, Deighton J, Caravella M(2012) Adding bricks to clicks: predicting the patterns of cross-channel elasticities over time. J Market 76(3), 96-111. doi:10.2307/41714491

Baek EY(2013) Analyses on the use of financial services and the demand for financial products and services by senior financial consumers. J Cons Cul 16(3), 215-242. doi:10.17053/jcc.2013.16.3.010

Brynjolfsson E, Yu H, Rahman MS(2009) Battle of the retail channels: how product selection and geography drive cross-channel competition. Manag Sci 55(11), 1755-1765. doi:10.1287/mnsc.1090.1062

Carpenter JM, Balija V(2010) Retail format choice in the US consumer electronics market. Int J Retail Distr Manag 38(4), 258-274. doi:10.1108/09590551011032081

Chopdar PK, Sivakumar VJ(2019) Understanding continuance usage of mobile shopping applications in India: the role of espoused cultural values and perceived risk. Behav Info Tech 38(1), 42-64. doi:10.1080/0144929X.2018.1513563

ChosunBiz(2020) Untact era confused older people… growing gap between underprivileged and regional groups. Available from https://biz.chosun.com/site/data/html_dir/2020/10/08/2020100803012.html [cited 2023 May 23]

Dziechciaz M, Filip R(2014) Biological psychological and social determinants of old age: Bio-psycho-social aspects of human aging. Ann Agri Environ Med 21(4), 835-838. doi:10.5604/12321966.1129943

Eggert A, Ulaga W(2002) Customer perceived value: a substitute for satisfaction in business markets. J Bus Indus Market 17(2-3), 107-118. doi:10.1108/08858620210419754

Featherman MS, Pavlou PA(2003) Predicting e-services adoption: a perceived risk facets perspective. Int J Human-computer Stud 59(4), 451-474. doi:10.1016/S1071-5819(03)00111-3

Fong JH, Koh BSK, Mitchell OS, Rohwedder S(2021) Financial literacy and financial decision-making at older ages. Pacific-Basin Finance J 65, 101481. doi:10.1016/j.pacfin.2020.101481

Forsythe SM, Shi B(2003) Consumer patronage and risk perceptions in internet shopping. J Bus Res 56, 867-875. doi:10.1016/S0148-2963(01)00273-9

Goldsmith R, Flynn L(2005) Bricks, clicks, and pix: apparel buyers' use of stores, internet, and catalogs compared. Int J Retail Distr Manag 33(4), 271-283. doi:10.1108/09590550510593202

Han JH, Ko DK(2021) An analysis of types and characteristics of aged consumers' use of banking channels according to the change of financial environment. Cons Policy Educ Rev 17(3), 1-26. doi:10.15790/cope.2021.17.3.001

HankookIlbo(2023) Regardless of age or gender, labor vitality comes to life. Available from https://www.hankookilbo.com/News/Read/A2023070709430003932 [cited 2023 April 5]

Hong SK(2013) The study of characteristics between face-to-face channel investors and online channel investors. Master thesis, Ewha Womans University

Hou J, Elliott K(2021) Mobile shopping intensity:

consumer demographics and motivations. J Retail Cons Ser 63, 102741. doi:10.1016/j.jretconser.2021.102741

Jennings JM, Jacoby LL(1993) Automatic versus intentional uses of memory: aging, attention, and control. Psychol Aging 8(2), 283-293. doi:10.1037//0882-7974.8.2.283

Joo SH(2011) Mutual fund investments literacy of mid- to old-age consumers. Cons Prob Res 40, 47-69. doi:10.15723/jcps.40.201110.47

Joo SH, Ko EH, Yoo MS(2018) Exploring factors related to fintech acceptance in financial transaction. J Cons Cul 21(2), 175-202. doi:10.17053/jcc.2018.21.2.008

KB Business Research Center(2020) What financial products do you have by age group? Available from https://file.mk.co.kr/meet/2020/04/pdf_readtop_2020_424091_1587621115.pdf[cited 2023 July 19]

Keel JH, Han JH, Choe HC(2018) A study on fund investment behaviors and satisfaction of middle old-aged financial consumers: focusing on the comparison with young adult financial consumers. Cons Policy Educ Rev 14(4), 153-177. doi:10.15790/cope.2018.14.4.153

Kim MJ(2013) Investment behaviors and literacy of mutual fund investors according to age groups. J Human Eco 17(2), 225-243

Kim MJ, Kim JH(2014) Fund investment competency of eligible consumers of the long-term tax-deductible fund. J Cons Cult 17(4), 19-42. doi:10.17053/jcc.2014.17.4.002

Kim SJ, Wang RJH, Malthouse EC(2015) The effects of adopting and using a brand's mobile application on customers' subsequent purchase behavior. J Interact Market 31, 28-41. doi:10.1016/j.intmar.2015.05.004

Kim YH, Choe HC(2015) A comparative study on the fund investors satisfaction and its influencing factors - in the cases of positive or negative fund performance. Finan Plan Rev 8(3), 1-34. doi:10.2139/ssrn.3113520

KU AgeLab(2021) Senior trend: age friendly, Business Books

Kwak JH(2022) Study on influencing factors of elderly people's intention to use of digital wealth management services. Doctoral thesis, Hoseo Univesrsity

Lee GW(2015) The effects of characteristics of investors on the investment behavior in financial investment products: focused on the moderating effects of investment consulting services. Doctoral thesis, Hoseo University

Lee HS, Kim MJ(2014) Characteristics of mutual fund investors using online channel. Finan Plan Rev 7(1), 25-54

Lee HS(2012) Comparisons of fund investors' satisfaction and of influencing factors on it between before and after financial investment services and capital market act. Cons Prob Res 42, 27-45

Liu Yi, Joo SH(2021) Chinese investors' fund investment satisfaction and relating factors: focusing on personal trait, literacy and attitudes toward funds, and risk-reducing behaviors. Finan Plan Rev 14(3), 59-90

Lu X, Zhang Y, Zhang Y, Wang L(2020) Can investment advisors promote rational investment? Evidence from micro-data in China. Econ Model 86, 251-263. doi:10.1016/j.econmod.2019.10.011

Luceri B, Bijmolt THA, Bellini S, Aiolfi S(2022) What drives consumers to shop on mobile devices? Insights from a Meta-Analysis. J Retail 98, 178-196. doi:10.1016/j.jretai.2022.02.002

Lumpkin JR, Hawes JM(1985) Retailing without stores: an examination of catalog shoppers. J Bus Res 13(2), 139-151. doi:10.1016/0148-2963(85)90036-0

Mao YJ, Lee HS(2016) The characteristics and fund investment competency of Chinese fund investors operating using mobile phones. Finan Plan Rev 9(4), 199-230

Namgung HK, Kim IH, Chun HR(2017) Study on the correlates of digital disparity among older Seoul residents. J Digit Conver 15(4), 73-81. doi:10.14400/JDC.2017.15.4.73

Natarajan T, Balasubramanian SA, Kasilingam DL(2017) Understanding the intention to use mobile shopping applications and its influence on price sensitivity. J Retail Cons Ser 37, 8-22. doi:10.1016/j.jretconser.2017.02.010

National Information Society Academy(NIA) (2020) 2019 National Information White Paper

Oliver RL(1980) A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. J Market Res 17(4), 460-469. doi:10.2307/3150499

Seo GY, Choe HC(2019) A study on consumers' financial exclusion: focusing on financial products and channels of transaction. J Cons Stud 30(2), 67-84. doi:10.35736/JCS.30.2.4

Seoul Economy Daily(2022) The average retirement age is 49.3 years old... More than 40% 'pushed out'. Available from https://www.sedaily.com/NewsVIew/263C7Y7B6H [cited 2023 March 26]

Singh S, Jang S(2022) Search, purchase, and satisfaction in a multiple-channel environment: how have mobile devices changed consumer behaviors? J Retail Cons Ser 65, 102200. doi:10.1016/j.jretconser.2020.102200

Statistics Korea(2022) 2022 Survey of household finances and living conditions

Stigler GJ(1961) The economics of information. J Politic Econ 69(3), 213-225. Available from https://www.jstor.org/stable/1829263 [cited 2023 June 9]

Swilley E, Goldsmith RE(2007) The role of involvement and experience with electronic commerce in shaping attitudes and intentions toward mobile commerce. Int J Elec Market Retail 1(4), 370-84. doi:10.1504/IJEMR.2007.014850

Yi GJ, Seok JE(2011) The impact of national pension scheme on the retirement decision of mid-old age male salaried workers. J Korean Soc Secu 27(1), 55-88

Yoon WA(2010) Analyzing adult children's income transfers to parents according to financial structure. J Korean Human Eco 19(20), 361-374. doi:10.5934/KJHE.2010.19.2.361

Yoon JS(2017) An empirical study on the relationships among characteristics, user satisfaction, and acceptance intention of mobile shopping. J Int E-Com 17(4), 83-103

Yuan S, Liu Y, Yao R, Liu J(2014) An investigation of users continuance intention towards mobile banking in China. Infor Develop 32(1), 20-34. doi:10.1177/0266666914522140